2018-2024年中国高档餐饮行业市场运营现状调查 与投资前景趋势研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2024年中国高档餐饮行业市场运营现状调查与投资前景趋势研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/310587310587.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

高档餐饮企业是指为消费者提供优质的餐饮服务和舒适典雅的就餐环境的高级别餐饮经营企业。根据相关资料，高档餐饮企业人均每餐位消费在300元以上。高档餐饮企业具有消费群体小，产品附加值高，综合实力强的特点。中央“八项规定”出台以来，我国高档餐饮市场客源骤减，众多高档餐饮企业纷纷谋求转型，其转型的本质就是企业发展战略的调整。

目前，高档餐饮仍处于阵痛期，受困于巨大的经营压力，“中国民营餐饮第一股”专门定位高档餐饮的湘鄂情已经开始逐步剥离餐饮业务，转而进军新媒体和大数据产业。2012年“八项规定”出台后，小南国消减了公务消费业务，业务重点也都在向大众化品牌“南小馆”倾斜；全聚德也跟随市场，推出来一些列降价、引进大众餐饮系列、停止新增门店等措施。

高档餐饮企业的发展战略

高档餐饮企业应在“发挥品牌效应，满足市场需求”战略目标指导下，把企业的创新发展、科学发展、绿色发展作为规划重点。以品牌经营为核心，以餐饮服务为依托，以人才专业化、作业信息化为支撑，以多元化经营拓展市场，以技术研发与现代生产占领市场，实施品牌扩张与资本运作相结合的策略。

高档餐饮企业SWOT 综合矩阵分析表 资料来源：公开资料整理

（一）集中差异化战略—固守高档，突出企业自身特色。

企业的经营活动集中于高档餐饮市场，通过企业向市场提供与众不同的产品或服务，满足顾客的特殊需求从而形成竞争优势。高档餐饮企业主要目标市场群体是公务消费、商务宴请和个人消费群体。公务消费虽然被压缩，但商务宴请市场还存在，个人高档消费群体在增长。

坚守高档市场的企业要研究市场，对高档餐饮市场进行细分，确定企业的高档市场定位。要集中企业资源专做某一细分市场，从菜品、服务、环境三方面形成自己的产品特色，满足消费者对服务价值、菜品价值和整体氛围价值的追求。与其它高档企业产品形成差异化，保持企业的竞争优势。有些企业将高档婚庆喜宴市场作为开拓突破口，提升企业在婚庆喜宴方面的营业额，甚至专注于婚宴的接待，形成婚礼主题餐厅。

（二）同心多元化经营战略—发挥优势，拓展品牌影响力

高档餐饮企业对餐饮市场进行细分，充分利用现有的品牌等餐饮服务资源，为高、中、低端市场提供餐饮服务，拓展大众化市场，满足不同细分市场的需求，提升品牌的整体影响力。

1.品牌多元化，实行差异化经营。高档餐饮企业要发挥其高档餐饮品牌优势，一方面，满足民众高档饮食消费需求，开发商务宴请市场。另一方面，进行差异化经营，布点高、中、低端不同业态餐饮市场，创建大众消费的餐饮品牌，实行多品牌战略。不同品牌的餐饮企业构建成餐饮集团，相互支撑，共同发展，共同抵抗市场风险。

2.产品多元化，实现层次化经营。市场发生改变，企业的营销策略也要进行调整，高档餐饮企业需要在保留精品，满足高档市场需求的同时，创新多元化产品，主动接纳中端人群来消费，面向中高和中低端大众市场。高档餐饮企业可根据自身的硬、软件情况，分区域设立不同市场定位的消费区（如高档、中高档、中低档），以适应多层次消费者的需求。

（三）整体多元化经营战略—分散风险，实现多角化发展

企业向与原产品、技术、市场无关的经营范围扩展。此战略需要充足的资金和其它资源，故为实力雄厚的大公司采用。

观研天下发布的《2018-2024年中国高档餐饮行业市场运营现状调查与投资前景趋势研究报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

【报告大纲】

第一章 2016-2017年中国高档餐饮行业发展概述

第一节 2016-2017年高档餐饮行业发展情况概述

- 一、高档餐饮行业相关定义
- 二、高档餐饮行业基本情况介绍
- 三、2016-2017年高档餐饮行业国内发展特点分析

第二节 2016-2017年中国高档餐饮行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、高档餐饮行业产业链条分析
- 三、2016-2017年中国高档餐饮行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 2016-2017年中国高档餐饮行业生命周期分析

- 一、高档餐饮行业生命周期理论概述
- 二、2017年高档餐饮行业所属的生命周期分析

第四节 2016-2017年高档餐饮行业经济指标分析

- 二、2016-2017年高档餐饮行业的赢利性分析
- 四、2016-2017年高档餐饮行业的经济周期分析
- 三、高档餐饮行业附加值的提升空间分析

第五节 2016-2017年国中高档餐饮行业进入壁垒分析

- 一、高档餐饮行业技术壁垒分析
- 二、高档餐饮行业规模壁垒分析
- 三、高档餐饮行业品牌壁垒分析
- 四、高档餐饮行业其他壁垒分析

第二章 2016-2017年全球高档餐饮行业市场发展现状分析

第一节 全球高档餐饮行业发展历程回顾

第二节 2016-2017年全球高档餐饮行业市场区域分布情况

第三节 2016-2017年亚洲高档餐饮行业地区市场分析

- 一、2016-2017年亚洲高档餐饮行业市场现状分析
- 二、2016-2017年亚洲高档餐饮行业市场规模与市场需求分析
- 三、2018-2024年亚洲高档餐饮行业市场前景分析
- 四、2018-2024年亚洲高档餐饮发展趋势分析

第四节 2016-2017年北美高档餐饮行业地区市场分析

- 一、2016-2017年北美高档餐饮行业市场现状分析
- 二、2016-2017年北美高档餐饮行业市场规模与市场需求分析
- 三、2018-2024年北美高档餐饮行业市场前景分析

四、2018-2024年北美高档餐饮行业发展趋势分析

第五节 2016-2017年欧盟高档餐饮行业地区市场分析

- 一、2016-2017年欧盟高档餐饮行业市场现状分析
- 二、2016-2017年欧盟高档餐饮行业市场规模与市场需求分析
- 三、2018-2024年欧盟高档餐饮行业市场前景分析
- 四、2018-2024年欧盟高档餐饮行业发展趋势分析

第六节 2018-2024年世界高档餐饮行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球高档餐饮行业市场规模预测

- 一、2018-2024年亚洲高档餐饮行业市场规模预测
- 二、2018-2024年北美高档餐饮行业市场规模预测
- 三、2018-2024年欧盟高档餐饮行业市场规模预测

第三章 2016-2017年中国高档餐饮产业发展环境分析

第一节 2016-2017年我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 2016-2017年中国高档餐饮行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第四节 2016-2017年中国高档餐饮产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国高档餐饮产业运行情况

第一节 中国高档餐饮行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业技术现状分析

三、行业发展特点分析

第二节 2015-2017年中国高档餐饮行业市场规模分析

第三节 2015-2017年中国高档餐饮行业供应情况分析

一、行业生产企业分析

二、2015-2017年中国高档餐饮行业产能情况分析

三、2015-2017年中国高档餐饮行业产能区域分布情况

第四节 2015-2017年中国高档餐饮行业需求情况分析

一、2015-2017年中国高档餐饮行业行业需求量分析

二、2015-2017年中国高档餐饮行业行业需求区域分布

第四节 2018-2024年中国高档餐饮行业发展趋势分析

第五章 2016-2017年中国高档餐饮市场格局分析

第一节 2016-2017年中国高档餐饮行业竞争现状分析

一、中国高档餐饮行业竞争情况分析

二、中国高档餐饮行业主要品牌分析

第二节 2016-2017年中国高档餐饮行业集中度分析

一、中国行业市场集中度分析

二、中国行业企业集中度分析

第三节 2016-2017年中国高档餐饮行业存在的问题

第四节 2016-2017年中国高档餐饮行业解决问题的策略分析

第五节 2016-2017年中国高档餐饮行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第六章 2016-2017年中国高档餐饮市场价格走势分析

第一节 2016-2017年高档餐饮行业价格影响因素分析

一、成本因素

二、供需因素

三、渠道因素

四、其他因素

第二节 2016-2017年中国高档餐饮行业价格现状分析

一、2016-2017年高档餐饮行业平均价格走势回顾分析

二、2018年高档餐饮行业平均价格走势预测

第三节 2018-2024年中国高档餐饮行业平均价格走势预测

一、价格预测依据

二、2018-2024年中国高档餐饮行业平均价格走势预测

三、2018-2024年中国高档餐饮行业平均价格增速预测

第七章 2015-2017年中国高档餐饮行业区域市场现状分析

第一节 2015-2017年中国高档餐饮行业区域市场规模分布

第二节 2015-2017年中国华东地区高档餐饮市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、2015-2017年华东地区高档餐饮市场规模分析

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、2015-2017年华中地区高档餐饮市场规模分析

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、2015-2017年华南地区高档餐饮市场规模分析

第五节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、2015-2017年华北地区高档餐饮市场规模分析

第八章 2016-2017年中国高档餐饮行业竞争情况

第一节 2016-2017年中国高档餐饮行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 2016-2017年中国高档餐饮行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 2016-2017年中国高档餐饮行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第九章 中国高档餐饮所属行业数据监测

第一节 中国高档餐饮所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国高档餐饮所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国高档餐饮所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 我国高档餐饮行业重点生产企业分析（随数据更新有调整）

第一节 国际天食集团有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 北京俏江南餐饮管理有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 净雅食品股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 中国全聚德(集团)股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 北京湘鄂情餐饮管理有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第六节 上海绍兴饭店管理有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第七节 金钱豹国际事业集团

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第八节 名轩（中国）控股有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第九节 北京大董餐饮投资有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十节 上海龙景轩餐饮管理有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章2018-2024年中国高档餐饮行业发展前景分析与预测

第一节2018-2024年中国高档餐饮行业未来发展前景分析

一、2018-2024年行业国内投资环境分析

二、2018-2024年中国高档餐饮行业市场机会分析

三、2018-2024年中国高档餐饮行业投资增速预测

第二节2018-2024年中国高档餐饮行业未来发展趋势预测

第三节2018-2024年中国高档餐饮行业市场发展预测

一、2018-2024年中国高档餐饮行业市场规模预测

二、2018-2024年中国高档餐饮行业市场规模增速预测

三、2018-2024年中国高档餐饮行业产值规模预测

四、2018-2024年中国高档餐饮行业产值增速预测

第四节2018-2024年中国高档餐饮行业盈利走势预测

一、2018-2024年中国高档餐饮行业毛利润同比增速预测

二、2018-2024年中国高档餐饮行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国高档餐饮行业投资风险与营销分析

第一节 2018-2024年高档餐饮行业投资风险分析

一、2018-2024年高档餐饮行业政策风险分析

二、2018-2024年高档餐饮行业技术风险分析

三、2018-2024年高档餐饮行业竞争风险分析

四、2018-2024年高档餐饮行业其他风险分析

第二节 2018-2024年高档餐饮行业企业经营发展分析及建议

一、2018-2024年高档餐饮行业经营模式

二、2018-2024年高档餐饮行业生产模式

三、2018-2024年高档餐饮行业销售模式

第三节 2018-2024年高档餐饮行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国高档餐饮行业发展策略及投资建议

第一节 2018-2024年中国高档餐饮行业品牌战略分析

一、高档餐饮企业品牌的重要性

二、高档餐饮企业实施品牌战略的意义

三、高档餐饮企业品牌的现状分析

四、高档餐饮企业的品牌战略

五、高档餐饮品牌战略管理的策略

第二节2018-2024年中国高档餐饮行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 2018-2024年中国高档餐饮行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国高档餐饮行业发展策略及投资建议

第一节2018-2024年中国高档餐饮行业产品策略分析

- 一、产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节2018-2024年中国高档餐饮行业营销渠道策略

- 一、2018-2024年高档餐饮行业营销模式
- 二、2018-2024年高档餐饮行业营销策略

第三节2018-2024年中国高档餐饮行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、2018-2024年中国高档餐饮行业投资区域分析
- 二、2018-2024年中国高档餐饮行业投资产品分析

(GYFSWLP)

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/310587310587.html>